

Philippe ROBERT-DEMONTROND

Professeur agrégé des Universités, Docteur en sciences de gestion, Docteur en Philosophie
Directeur du master marketing de l'Université de Rennes 1
Laboratoire : Centre Recherche en Economie et Management (CREM UMR CNRS 6211)
Domaines de recherche et d'enseignement : marketing

Ouvrages/ chapitres d'ouvrages

- Le marketing de la RSE, enjeux et perspectives, 2012,
- Frédéric BASSO, Philippe ROBERT-DEMONTROND, De la différenciation mercatique à l'intoxication domestique : les pratiques commerciales sur les produits d'hygiène sont-elles un enjeu de santé publique ?, 2010,
- Anne JOYEAU, Philippe ROBERT-DEMONTROND, Les acteurs de l'offre et les consommateurs du commerce équitable : entre économie du bien et économie du lien, 2010,

Articles dans des revues classées

- Territoire et mobilité géographique infranationale. Étude des représentations et des trajectoires des salariés, Revue Française de Gestion, 2012, pages pp.107-120, [CNRS 4 / AERES]
- Les ambiguïtés sémantiques du commerce équitable : micro-mythanalyse des imaginaires de consommation, Recherche et Applications en Marketing, 2011, pages 53-70, [CNRS 2 / AERES]
- Anne JOYEAU, Philippe ROBERT-DEMONTROND, Les récits de vie en Gestion des Ressources Humaines : principes, portée, limites, Management et Avenir, 2010, [CNRS 4 / AERES]
- Anne JOYEAU, Philippe ROBERT-DEMONTROND, La sphère marchande comme outil de résistance à la mondialisation : le cas du marché des colas, Management international, 2010, pages 55-68, [CNRS 3 / AERES]
- Anne JOYEAU, Philippe ROBERT-DEMONTROND, La performance des politiques de diversité en question : une étude des représentations des acteurs, Management et Avenir, 2010, pages 71-91, [CNRS 4 / AERES]